

BETREFT: DE ONDERWERPREGEL

EEN ONDERZOEK NAAR DE WAARDERING VAN BRIEVEN MET EEN
ONDERWERPREGEL



Janneke Burks

3342751

TCS, Communicatie

Docent: H. den Ouden

Inleverdatum 1^e versie: 12 april 2012

Bachelor Eindwerkstuk blok 3 2011-2012

Inhoudsopgave

1. Inleiding	p. 3
2. Theoretisch kader	p. 4
3. Vooronderzoek	p. 8
a. Materiaal	p. 8
b. Resultaten	p. 9
c. Werkmateriaal	p. 10
4. Hoofdonderzoek	p. 11
a. Methode	p. 12
b. Resultaten	p. 16
5. Conclusie	p. 19
6. Discussie	p. 22
Bibliografie	p. 23

Bijlagen

- a. Versie van de Sociale VerzekeringsBank
- b. Analyse model duidelijkheid & bejegening
- c. Versie na aanpassing met behulp van duidelijkheid & bejegening
- d. Resultaten +/- methode
- e. Vragenlijst interview vooronderzoek
- f. Versie na aanpassing +/- methode
- g. Resultaten interviews vooronderzoek (gekwantificeerd)
- h. Brief zonder manipulaties (versie 1)
- i. Brief met manipulaties (versie 8)
- j. Vragenlijst hoofdonderzoek

1. Inleiding

Gemeente Slochteren heeft begin 2011 een bijzondere fout had gemaakt. De gemeente had namelijk naar 6500 huishoudens in het dorp een brief gestuurd om de bewoners aan te moedigen om deel te nemen aan Burgernet. Dit was een standaardbrief, ook wat betreft de aanhef. Bij alle brieven luidde deze dan ook: 'Geachte mevrouw Jansen'. Dit heeft uiteraard voor een aparte situatie gezorgd (nu.nl, 2011).

Dat brieven gepersonaliseerd worden is niet nieuw. Er zijn veel overheidsinstanties die dit doen, ook bij standaardbrieven. Een persoonlijke aanhef kan namelijk veel voordelen met zich meebrengen wat betreft de waardering van de brief. Op het eerste gezicht zorgt een gepersonaliseerde brief voor een beter gevoel bij de ontvanger. Maar er zijn ook andere kenmerken die bijdragen aan hoge waardering van een brief, zoals structuurmarkeringen. Deze waardering is alleen nog gemeten na het lezen van de brief en dus vragen wij ons af of structuurmarkeringen ook bijdragen aan een betere waardering van de eerste indruk van een brief.

Over de eerste indruk van brieven en het effect hiervan is nog bijna niets bekend, terwijl er vanuit de psychologie wel bekend is dat een eerste indruk heel bepalend is voor de mening die een mens vormt. Daarom zal in dit onderzoek gekeken worden naar structuurmarkeringen in brieven en de eerste indruk van brieven. Er zal gekeken worden welke markeringen van brieven het eerst bekeken worden door mensen en of die markeringen, wanneer ze in orde zijn, bijdragen aan de waardering van de brief door de lezer. Ook zal er in dit onderzoek gekeken worden naar het effect van een eerste indruk op de waardering van de brief na het lezen.

In het volgende hoofdstuk wordt eerst aan de hand van literatuur toegelicht wat de relevantie is van dit onderzoek en hoe er tot de onderzoeksvraag gekomen is. In hoofdstuk 3 zal dan kort een vooronderzoek aan bod komen. Hierin zal besproken worden wat de beste methode is om een officiële brief te optimaliseren. In hoofdstuk 4 wordt het hoofdonderzoek besproken. De operationalisering en de resultaatverwerking staan hier uitgebreid uitgewerkt. In het volgende hoofdstuk staat de conclusie, deze betreft zowel het voor- als het hoofdonderzoek. Het laatste hoofdstuk bevat een korte discussie met suggesties voor vervolgonderzoek.

2. Theoretisch kader

Dat een goed verzorgde lay-out belangrijk is voor een brief staat duidelijk omschreven in de inleiding van een handboek voor zakelijk corresponderen (de Jong, 2002).

“Oogt een brief goed, is de lay-out verzorgd, dan zal de boodschap eerder welwillend worden ontvangen.” (de Jong, 2002, p. 28).

Een brief met een verzorgde lay-out maakt een goede eerste indruk en volgens bovenstaand citaat is een goede eerste indruk belangrijk voor de manier waarop een brief wordt ontvangen. Hoewel het citaat overtuigend overkomt, is er geen wetenschappelijk bewijs te vinden voor de informatie die het citaat ons geeft. Toch zou een effect van een positieve eerste indruk op de waardering na het lezen van een tekst veel voordelen op kunnen leveren. Bijvoorbeeld voor brieven-schrijvers, want een positief gewaardeerde brief zorgt voor medewerking van de lezer wat weer tijd en geld kan besparen.

Een verzorgde lay-out kan dus veel voordelen met zich mee brengen en bestaat onder andere uit tussenkopjes, witregels en een onderwerpregel. Deze kenmerken worden in de wetenschappelijke wereld ook wel aangeduid met de term structuurmarkeringen. Uit onderzoek blijkt dat teksten met structuurmarkeringen welwillender ontvangen worden dan teksten zonder structuurmarkeringen (Le Pair, Jansen, Korzilius, Gerdingen, Graaf en Visser, 2006). Er is onderzoek gedaan naar het effect van de zogeheten IMAP-methode.

De IMAP-methode houdt in dat documenten worden geschreven via een vaste ordening van informatietypen en met een specifieke lay-out waardoor het ‘scannen’ en skimmen van documenten makkelijker wordt. Het scannend lezen van een tekst houdt in dat er ‘zoekend’ gelezen wordt waardoor snel bepaalde tekstpassages gevonden worden. Skimmend lezen betekent de globale structuur en strekking van een tekst doorzien.

De specifieke lay-out die bij de IMAP-methode gebruikt wordt houdt bijvoorbeeld een maptitel in. De maptitel is vergelijkbaar met een onderwerpregel. Ook een tussenkopje links naast de tekst geplaatst, een zogeheten bloklabel, is een van de specifieke kenmerken die gebruikt wordt bij de IMAP-methode. Betekenisvolle ruimten tussen tekstdelen, die bijvoorbeeld de sterkte van een verband aangeven zijn onderdeel van de IMAP-methode.

Uit onderzoek naar de vergelijking tussen een ‘originele’ tekst en een IMAP-tekst bleek dat een tekst gemaakt volgens de IMAP-methode en dus structuurmarkeringen bevat, effectiever is wat betreft het overbrengen van de boodschap. Ook bleek dat een tekst met structuurmarkeringen efficiënter is, deze wordt sneller gelezen. Daarnaast werd de tekst met structuurmarkeringen positiever beoordeeld dan de originele tekst. Deze teksten waren langere teksten van ongeveer 6 A4'tje.

In een ander experiment zijn de afzonderlijke kenmerken van de IMAP-methode onderzocht (Le Pair et al, 2006). De maptitel, de bloklabels en de bloklijnen bleken los van elkaar geen significant effect te hebben op de effectiviteit, de efficiëntie of het oordeel. De teksten in dit experiment waren kortere teksten van maximaal 4 A4'tjes. De verklaring voor het gebrek aan significantie bij dit experiment is dat er kortere teksten gebruikt zijn.

Brieven

Volgens Le Pair et al (2006) blijkt dit alleen voor langere teksten het geval te zijn. Een brief is vaak maar een korte tekst (niet meer dan 4 A4'tjes) en zou dus volgens de literatuur van Le Pair et al (2006) geen invloed ondervinden van structuurmarkeringen. Toch zou er een effect van structuurmarkeringen te vinden kunnen zijn op de waardering van brieven. Een brief is namelijk een ander medium dan een tekst. Brieven zijn vaak gericht op één of een beperkt aantal lezers terwijl teksten voor een veel groter publiek geschreven worden. Doordat een brief vaak persoonlijker is dan een tekst, vooral brieven van overheidsinstanties, zou het kunnen dat structuurmarkeringen in brieven wel een effect hebben op de waardering, de begrijpelijkheid en dergelijken.

Dat er bij korte teksten geen significant verschil is gevonden tussen de afzonderlijke delen die bij de IMAP-methode horen roept dus de vraag op of er bij brieven wel een effect te vinden is. Een gemarkeerde tekst scoort volgens Pander Maat en van der Ploeg (2006) hoger op de waardering dan een ongemarkeerde tekst. Gemarkeerde teksten zijn teksten met onder andere tussenkopjes en witregels. De proefpersonen vonden de tekst met structuurmarkeringen begrijpelijker en aantrekkelijker. Ook waren zij beter in staat om (delen van) de tekst te reproduceren. Structuurmarkeringen dragen dus bij aan een hogere waardering van een tekst en de onderwerpregel is een structuurmarkering.

Onderwerpregel

Een onderwerpregel is alleen in brieven te vinden. Een onderwerpregel is namelijk bedoeld als indicator van de inhoud. In het handboek voor de professionele brieven-schrijver (de Jong, 2002) wordt het volgende over de onderwerpregel gezegd:

“Hiermee stelt u de lezer in staat om zich snel een beeld te vormen van de inhoud van de brief.” (de Jong, 2002, p. 36).

Naast het belang van de onderwerpregel wordt ook aangegeven dat deze bij slecht-nieuws-brieven neutraal geformuleerd moet worden en geen misleidende informatie mag bevatten. Bij slecht-nieuws-brieven wordt aangeraden om negatieve uitdrukkingen te vermijden, dus alleen de achtergrond van het probleem of het slechte nieuws aan te kondigen. In het boek de magische mediamix (Beex, Doeve & Tiggeler, 2001) voegt daaraan toe dat een onderwerpregel kort en informatief moet zijn, een korte toevoeging kan het onderwerp specifieker maken.

Of een onderwerpregel effect heeft op de waardering van de brief door de lezer is nog onbekend. Wel blijkt dat het onderwerp de lezer aanzet tot verder lezen (Wijnen & Hoeken, 1995). In het experiment hebben proefpersonen teksten gelezen met een vage of een thema-aanduidende titel. De waardering voor beide teksten liet geen significant verschil zien. Toch is een onderwerpregel een structuurmarkering en zal dus een positief effect hebben op de waardering van de brief.

Onderzoeksvraag

De vraag die in dit onderzoek dan ook centraal staat luidt als volgt:

In hoeverre heeft de onderwerpregel als structuurmarkering effect op de eerste indruk van de brief en op de waardering van de brief en de waardering van het imago van de zender van de brief na het lezen? En in hoeverre heeft de eerste indruk effect op de waardering van de brief en de waardering van het imago van de zender van de brief na het lezen?

Deze vraag is tweeledig. Er wordt namelijk gekeken naar het effect van de onderwerpregel op de eerste indruk en de waardering van de brief na het lezen. Daarnaast wordt er gekeken naar het effect van de eerste indruk op de waardering van de brief na het lezen. Wat betreft het effect van de onderwerpregel verwachten we een positief effect op de eerste indruk en op de waardering van de brief na het lezen.

Een andere vraag die in dit onderzoek beantwoordt wordt luidt als volgt:

Aan de hand van welk analysemodel kan een brief van een overheidsinstantie geoptimaliseerd worden zodat deze voor iedereen begrijpelijk en aantrekkelijk is? En welke elementen uit een brief zijn opvallend voor de lezer en belangrijk bij het vormen van zijn of haar mening over de aantrekkelijkheid van de brief?

3. Vooronderzoek

De vraag die in dit vooronderzoek centraal staat luidt als volgt:

Aan de hand van welk analysemodel kan een brief van een overheidsinstantie geoptimaliseerd worden zodat deze voor iedereen begrijpelijk en aantrekkelijk is? En welke elementen van een brief zijn opvallend voor de lezer en belangrijk bij het vormen van zijn of haar mening over de aantrekkelijkheid van de brief?

Bovenstaande vraag is beantwoord door de brief te beoordelen aan de hand van een analysemodel. Daarna is de brief gereviseerd en is aan een aantal mensen gevraagd of zij de brief duidelijk en aantrekkelijk vonden. Ook is bij de interviews bevraagd welke onderdelen van de brief belangrijk waren voor de lezer.

a. Materiaal

De brief waarmee gewerkt is, is geleverd door de Sociale VerzekeringsBank. De brief ging over een wijziging in de AOW-toeslag (zie bijlage a). Deze wijziging zou negatieve gevolgen hebben voor de ontvanger van de brief, namelijk dat hij of zij minder toeslag gaat ontvangen en een deel van de reeds ontvangen toeslag moet terugbetalen. Dat er teveel toeslag was ontvangen door de lezer kwam doordat het inkomen van de partner niet altijd gelijk is. Sommige maanden verdiende de partner teveel om toeslag te ontvangen en andere maanden was de toeslag wel geoorloofd.

De brief is aan de hand van drie modellen kort geanalyseerd. Het drie-poorten model van de Belastingdienst (Renkema, Waele en Kolen, 2008), het CCC-model van (Renkema, 2001) en het model voor duidelijkheid & bejegening (Pool en van der Brand, 2008). Dit laatste model is aangevuld met een aspect uit het CCC-model, namelijk formulering op tekstniveau. Het uiteindelijke analysemodel duidelijkheid & bejegening (zie bijlage b) is door alle zes de deelnemers aan dit onderzoek toegepast op de brief. Alle resultaten uit de analyses zijn samengevoegd om aan de hand daarvan de brief te reviseren.

De revisie betreft vooral structurele aanpassingen in de brief. Zo zijn onderdelen die beter bij elkaar konden staan in de brief bij elkaar geplaatst. Ook zijn er een reeks aanvullingen gedaan op de informatie die al in de tekst stond. Uiteraard zijn er ook een aantal overbodige elementen uit de brief gehaald en is de gebiedende wijs vervangen door een vriendelijkere toon. Tot slot zijn er een aantal uiterlijke kenmerken aan de brief veranderd, waaronder het logo. De gereviseerde brief is te vinden in bijlage c.

+/- methode

Om te achterhalen of de gereviseerde brief aan de hand van het model duidelijkheid & bejegening optimaal werd gevonden is een klein onderzoek uitgevoerd. Zes proefpersonen van 65 jaar of ouder hebben met behulp van de +/- methode commentaar gegeven op de brief. Hierbij zetten de proefpersonen plussen bij onderdelen van de brief die ze goed vonden en minnen bij onderdelen die ze niet goed vonden. Na het zetten van de plussen en minnen is samen met de proefpersoon alle

plussen en minnen doorgelopen om informatie te verzamelen over de motivatie. De verzamelde data (zie bijlage d) geeft een indicatie van de zwakke en de sterke punten van de brief en de bijbehorende reden. Met behulp van deze resultaten is de brief nogmaals gereviseerd.

Met de tweede versie van de brief is ook een kort onderzoek uitgevoerd om te achterhalen welke onderdelen van een brief opvallend zijn voor de lezer. Dertien deelnemers hebben de originele brief gedurende 10 seconden te zien gekregen. Twaalf deelnemers hebben de gereviseerde brief aan de hand van het model duidelijkheid & bejegening 10 seconden gezien. De deelnemers aan dit experiment waren tussen de 58 en de 72 jaar oud. De vragenlijst (zie bijlage e) die de respondenten na het bekijken van de brief kregen bestond uit vijftien vragen. Deze vragen werden mondeling afgenomen. De pre-test had dus de vorm van een interview. De vragen waren onderverdeeld in verschillende clusters, namelijk algemene indruk, verwachting inspanning, verwachting inhoud, verwachting belang en aantrekkelijkheid. Ook was er een slotvraag die de respondent de gelegenheid gaf aanvullende op- of aanmerkingen te maken op de brief. Alle vragen waren open vragen om zoveel mogelijk informatie te verkrijgen over de kwaliteit van de brief.

b. Resultaten

Bij de +/- methode gaf geen van de proefpersonen aan dat de brief heel slecht was. Ook hadden alle respondenten op uiteenlopende plaatsen plussen en/of minnen gezet. Wel opvallend was dat de respondenten de manier van verwijzen naar de Algemene Ouderdomswet vervelend vonden. Uiteindelijk hebben de zes onderzoekers ervoor gekozen om deze verwijzing in een lopende zin in de tekst te laten staan. Een ander opvallend resultaat betrof de gebiedende wijs in de laatste alinea van de brief. Deze zin is aangepast zodat de gebiedende wijs er niet meer in zou staan. De uiteindelijke versie van de brief is te zien in bijlage f.

Naar aanleiding van de verzamelde gegevens uit het interview is er gekozen voor het doorvoeren van drie manipulaties in de brief. Deze manipulaties zijn het gebruiken van tussenkopjes, een specifieke of een vage onderwerpregel en het ordenen van de bedragen uit de brief met behulp van kaders. Deze manipulaties zijn gekozen aan de hand van de meest voorkomende commentaren in de pre-test op beide briefversie. Er is dus voor het kiezen van de manipulaties geen onderscheid gemaakt tussen de versies en informatie gebruikt van de 25 respondenten.

Zes personen (24%) vonden tussenkopjes een opvallend element in de brief. Ook werden de tussenkopjes door twee (8%) personen als essentieel omschreven, en benadrukt één (4%) proefpersoon het belang van tussenkopjes. Eén (4%) iemand keek als eerste naar de tussenkopjes en twee (8%) personen gebruikten de tussenkopjes om een inschatting van de inhoud te maken. De bedragen werden, net als de tussenkopjes zeer vaak genoemd. Vijf (20%) respondenten noemden de bedragen als een essentieel onderdeel van een brief zoals deze. Ook werd er door twee (8%) personen gemeld dat de bedragen ontbreken uit de brief.

De onderwerpregel is vaak genoemd als opvallend, namelijk door 8 (32%) personen. Ook werd er door 9 (36%) personen als eerste naar de onderwerpregel gekeken. Daarnaast keken 6 (24%) proefpersonen naar de onderwerpregel om een indicatie te krijgen van de inhoud van de brief. Eén (4%) andere respondent gaf bij de slotopmerking aan de onderwerpregel bekeken te hebben. De gekwantificeerde resultaten van de interviews zijn te vinden in bijlage g.

c. Conclusie

De vraag die in dat vooronderzoek centraal stond luidde als volgt:

Aan de hand van welk analysemodel kan een brief van een overheidsinstantie geoptimaliseerd worden zodat deze voor iedereen begrijpelijk en aantrekkelijk is? En welke elementen van een brief zijn opvallend voor de lezer en belangrijk bij het vormen van zijn of haar mening over de aantrekkelijkheid van de brief?

Brieven van overheidsinstanties, zoals de Sociale VerzekeringsBank, kunnen goed geoptimaliseerd worden aan de hand van het model duidelijkheid & bejegening. Door de onderzoekers is vastgesteld dat dit model uitstekend werkt voor de analyse van officiële brieven. Daarnaast is uit de +/- methode gebleken dat proefpersonen de gereviseerde brief prettig leesbaar en duidelijk vonden.

Opvallende elementen in een brief zijn volgens de deelnemers aan het interview tussenkopjes, kaders en de onderwerpregel. Veel proefpersonen gaven aan tussenkopjes belangrijk te vinden in een brief. Wat betreft de bedragen werd er vaak gezegd dat deze leken te ontbreken terwijl de proefpersonen deze wel belangrijk vinden. Daaruit is geconcludeerd dat de bedragen duidelijker en overzichtelijker weergegeven moeten worden in de brief. Er zullen dus kaders geplaatst worden. Ook de onderwerpregel werd door veel personen opgemerkt. 24% gaf aan dat ze de onderwerpregel lezen om de inhoud van de brief in te schatten. Om deze reden zal de onderwerpregel gebruikt worden in het hoofdonderzoek.

4. Hoofdonderzoek

a. Methode

Onderzoeksopzet

Het experiment waarover in dit verslag gerapporteerd wordt is een 2x3 (2x2x2) model. Dit houdt in dat er van drie manipulaties het effect op verschillende factoren gemeten is. De drie verschillende manipulaties, namelijk tussenkopjes, onderwerpregel en kaders zijn in acht verschillende briefversies verwerkt. Hiermee is er gezocht naar een effect van de onderwerpregel op de eerste indruk en op de waardering van de brief na het lezen.

Materiaal

Voor het onderzoek zijn twee typen onderwerpregels opgesteld. De algemene onderwerpregel is:

Onderwerp: AOW-pensioen

Ook is er een specifieke onderwerpregel gemaakt, deze luidt als volgt:

Onderwerp: Verlaging van uw AOW-toeslag

In de acht briefversies komen de drie manipulaties in telkens een andere samenstelling terug. De eerste versie bevat geen van de manipulaties en heeft dus geen kader, geen kopjes en een algemene onderwerpregel (zie bijlage h). De achtste versie bevat alle manipulaties, dus heeft een kader, tussenkopjes en een specifieke onderwerpregel (zie bijlage i).

Instrumentatie

De vragenlijst (bijlage j) die de proefpersonen kregen om in te vullen werd voorafgegaan door een instructie. Daar na kregen de proefpersonen de brief gedurende 15 seconden te zien. De vragenlijst die hierop volgde was één A4'tje lang en bestond in totaal uit tien vragen. De eerste acht vragen waren zoals de voorbeeldvraag in een zeven-punts Linkert-schaal gezet. Dan volgde er een vraag over de tijd die de proefpersoon dacht nodig te hebben om de brief te begrijpen. De laatste vraag was een multiple choice vraag over de verwachting van de inhoud van de brief.

Na het invullen van het eerste deel van de vragenlijst hebben de proefpersonen de brief nogmaals gekregen, dit keer om de deze rustig door te lezen. Hierna kregen zij het tweede deel van de vragenlijst. Deze bevatte eerst een vraag over de manier van lezen, namelijk grondig of oppervlakkig. Daarna werden twee vragen gesteld waarbij de proefpersoon aangaf of hij of zij extra informatie zou willen. Daarna werden twaalf waarderingsvragen gesteld in de vorm van semantisch differentialen. Links stond dan bijvoorbeeld 'duidelijk' en rechts 'onduidelijk' met daartussen weer zeven-punts Linkert-schaal. Daarna volgden acht vragen in de vorm van de voorbeeldvraag die de tekstwaardering en het imago van de zender bevroegen. Dit onderdeel van de vragenlijst eindigde met de vraag aan de proefpersoon om een rapportcijfer te geven aan de gehele brief om de globale waardering van de brief te meten.

De vragenlijst sloot af met een aantal vragen over de proefpersoon zelf. Deze vragen gaven inzicht in de leeftijd, de sekse en het opleidingsniveau van de proefpersonen. Bij de laatste vraag van het experiment konden de proefpersonen aangeven of ze in het afgelopen jaar zelf contact hebben gehad met de Sociale VerzekeringsBank.

Proefpersonen

In totaal hebben er 192 proefpersonen meegewerkt aan het onderzoek. Door de zes onderzoekers zijn er 32 proefpersonen gevonden. Er hebben 102 mannen (53,1) en 89 vrouwen (46,4%) aan dit onderzoek meegewerkt. Van één persoon is het geslacht onbekend. De gemiddelde leeftijd van de proefpersonen was 43 jaar. De jongste persoon was 27 en de oudste proefpersoon was 65 jaar. Van de respondenten hebben 116 personen (60,4%) een hoger opleidingsniveau. Deze proefpersonen hebben een Hogere Beroepsopleiding (HBO) of een Universitaire opleiding (WO) afgerond. 76 proefpersonen (39,6%) waren lager opgeleid, dus alle soorten opleidingen behalve HBO of WO.

Procedure

De deelnemers zijn face-to-face gevraagd om het materiaal te bekijken en met pen en papier de vragenlijst in te vullen. De proefpersonen zijn allemaal opgezocht door de onderzoeker, zij hoefden dus niet naar een speciale locatie te komen. De meeste proefpersonen hebben in hun eigen huis aan het onderzoek deelgenomen. Tijdens de afname is er voor gezorgd dat er een rustige ruimte was, zonder afleiding zoals TV, muziek of nieuwsgierige omstanders. De duur van de afname lag tussen de tien en de twintig minuten. Dit verschil in tijd kwam doordat de proefpersonen de brief op eigen tempo mocht doorlezen.

Verwerking gegevens

Voor de verwerking van de gegevens is het statistiek-verwerkingsprogramma SPSS gebruikt. Er werden dichotome variabelen gemaakt voor leeswijze, opleidingsniveau en sekse. Voor de leeswijze is gesteld dat proefpersonen die een 5 of lager als score hadden gegeven bij de vraag of ze de brief grondig hadden gelezen, de brief minder grondig hebben gelezen (47,9%). Proefpersonen die een 6 of 7 ingevuld hadden, hadden de brief grondig gelezen (52,1%). Voor opleiding is gesteld dat mensen met een HBO of WO opleiding hoog opgeleid waren (60,4%), en mensen met iets anders waren laag opgeleid (39,6%).

Van de vragen over de eerste indruk zijn er twee clusters gemaakt. De eerste cluster wordt verder aangeduid met 'indruk structuur' ($\alpha = .68$). De tweede cluster betreft de indruk van de inhoud ($\alpha = .62$). Beide clusters tonen precies voldoende overeenkomsten om samen gebruikt te worden in de verwerking.

Ook voor de waardering na het lezen van de brief zijn clusters opgesteld. De clusters 'aantrekkelijkheid' ($\alpha = .83$), 'begrijpelijkheid' ($\alpha = .80$) en 'structuur' ($\alpha = .82$) bestaan uit vragen die verschillende aspecten van de tekstwaardering meten. Ook is er een cluster gemaakt die de waardering van het imago van de zender meet ($\alpha = .90$). De clusters geven allemaal een waarde van boven de .80 en geven dus aan dat de vragen uit de clusters hetzelfde construct meten.

Daarnaast is er een dichotome variabele gemaakt van de eerste indruk. Deze bestaat uit twee groepen, namelijk een positieve eerste indruk (44,8% van de proefpersonen) en een negatieve eerste indruk (55,2%). In SPSS is telkens een variantieanalyse gemaakt. De onderwerpregel, het opleidingsniveau, de sekse en de leeswijze waren hierbij de onafhankelijk variabelen.

b. Resultaten

Eerste indruk

In tabel 1 staat de waardering van de eerste indruk van de brief in relatie tot de onderwerpregel weergegeven.

Tabel 1: Waardering van de eerste indruk van de brief in relatie tot aan- of afwezigheid van onderwerpregel (minimum =1, maximum = 7; s.d. tussen haakjes).

	Algemene onderwerpregel (n=96)	Specifieke onderwerpregel (n=96)
Indruk structuur	4.71 (0.13)	4.79 (0.12)
Indruk inhoud	4.75 (0.11)	4.95 (0.10)

De aanwezigheid van een specifieke onderwerpregel had op geen significant effect op de eerste indruk van de structuur ($F(1, 183) = 0.19, p = 0.67, \eta^2 = .001$). Ook de eerste indruk van de inhoud werd niet beïnvloed door de aan- of afwezigheid van een specifieke onderwerpregel ($F(1, 183) = 1.90, p = 0.17$). Er waren ook geen interactie-effecten gevonden tussen de onafhankelijke variabelen.

Na het lezen

In tabel 2 en tabel 3 zijn de verschillende onderdelen van de tekstwaardering weergegeven. De resultaten wat betreft de waardering van het imago van de zender zijn te vinden in tabel 4.

Tabel 2: Aantrekkelijkheid en begrijpelijkheid in relatie tot onderwerpregel en leeswijze (minimum=1, maximum=7; s.d. tussen haakjes).

	Algemene onderwerpregel (n=96)		Specifieke onderwerpregel (n=96)	
	Minder grondig (n=92)	Grondig (n=100)	Minder grondig (n=92)	Grondig (n=100)
Aantrekkelijkheid	3.71 (0.16)	4.38 (0.15)	3.90 (0.15)	4.26 (0.15)
Begrijpelijkheid	3.98 (0.18)	4.54 (0.17)	4.35 (0.17)	4.70 (0.17)

Er bleek een interactie-effect te zijn tussen de onderwerpregel en de leeswijze wat betreft de aantrekkelijkheid ($F(2, 183) = 6.17, p < 0.05, \eta^2 = .063$). Mensen die minder grondig lezen vinden de brief aantrekkelijker wanneer er een specifieke onderwerpregel in de brief staat. Ook is gebleken dat er een interactie-effect is tussen de onderwerpregel en de leeswijze wat betreft de begrijpelijkheid ($F(2, 183) = 3.55, p < 0.05, \eta^2 = .037$). Zowel de grondige als de minder grondige lezer vinden de brief begrijpelijker wanneer deze een specifieke onderwerpregel bevat.

Tabel 3: Waardering van de brief in relatie tot aan- of afwezigheid van onderwerpregel (minimum = 1, maximum = 7; s.d. tussen haakjes).

	Algemene onderwerpregel (n=96)	Specifieke onderwerpregel (n=96)
Structuur	4.20 (0.14)	4.26 (0.14)
Rapportcijfer	6.43 (0.15)	6.49 (0.15)

Op de waardering van de structuur van de brief bleek de onderwerpregel geen effect te hebben ($F(1, 183) = 0.07$, $p = 0.79$, $\eta^2 = 0.000$). Ook was het gemiddelde rapportcijfer tussen de versies met een algemene en een specifieke onderwerpregel niet significant verschillend ($F(1, 182) = 0.09$, $p = 0.76$, $\eta^2 = 0.001$). Hier bleef een interactie-effect uit.

Tabel 4: Waardering van het imago van de zender van de brief in relatie tot aan- of afwezigheid van onderwerpregel (minimum = 1, maximum = 7; s.d. tussen haakjes).

	Algemene onderwerpregel (n=96)	Specifieke onderwerpregel (n=96)
Imago	5.34 (0.12)	5.40 (0.12)

De aan- of afwezigheid van een specifieke onderwerpregel bleek tevens geen effect te hebben op de waardering van het imago van de zender ($F(1, 183) = 0.14$, $p = 0.71$, $\eta^2 = 0.001$). Het imago van de zender wordt door de proefpersonen op beide versies ongeveer even hoog beoordeeld, ongeacht de leeswijze, het opleidingsniveau of de sekse.

Invloed eerste indruk op waardering na het lezen

In tabel 5 en in tabel 6 staan de onderdelen van de tekstwaardering in relatie tot de eerste indruk weergegeven. In tabel 7 zijn de resultaten te zien van de waardering van het imago van de zender van de brief.

Tabel 5: Aantrekkelijkheid, begrijpelijkheid en structuur in relatie tot eerste indruk en leeswijze (minimum=1, maximum=7; s.d. tussen haakjes).

	Negatieve eerste indruk (n=106)		Positieve eerste indruk (n=86)	
	Minder grondig (n=92)	Grondig (n=100)	Minder grondig (n=92)	Grondig (n=100)
Aantrekkelijkheid	3.53 (0.12)	3.77 (0.13)	4.25 (0.15)	4.86 (0.13)
Begrijpelijkheid	4.00 (0.15)	4.02 (0.15)	4.42 (0.18)	5.21 (0.16)
Structuur	3.70 (0.17)	3.74 (0.17)	4.50 (0.20)	5.17 (0.18)

. Zowel de aantrekkelijkheid ($F(2, 183) = 5.67$, $p < 0.05$, $\eta^2 = 0.058$), de begrijpelijkheid ($F(2, 183) = 5.48$, $p < 0.05$, $\eta^2 = 0.057$) en de structuur ($F(2, 183) = 3.04$, $p = 0.05$, $\eta^2 = 0.032$) worden hoger gewaardeerd door mensen die een positieve eerste indruk hadden. Dit geldt voor de grondige en de minder grondige lezer.

Tabel 6: Globale waardering van de brief in relatie tot negatieve of positieve eerste indruk (minimum = 1, maximum = 7; s.d. tussen haakjes).

	Negatieve eerste indruk (n=106)	Positieve eerste indruk (n=86)
Cijfer	6.02 (0.13)	6.94 (0.15)

Mensen die een positieve eerste indruk hadden van de brief waardeerden deze ook hoger na het lezen van de brief. Er is geen interactie-effect gevonden met de andere onafhankelijke variabelen ($F(1, 182) = 21.33, p < 0.001, \eta^2 = 0.105$).

Tabel 7: Waardering van het imago van de zender van de brief in relatie tot negatieve of positieve eerste indruk (minimum = 1, maximum = 7; s.d. tussen haakjes).

	Negatieve eerste indruk (n=106)	Positieve eerste indruk (n=86)
Imago	5.04 (0.11)	5.74 (0.12)

De eerste indruk bleek invloed te hebben op de waardering van het imago van de zender ($F(1, 183) = 19.41, p < 0.001, \eta^2 = 0.096$). Een positieve eerste indruk draagt bij aan een positief gewaardeerd imago van de zender van de brief. Tussen de eerste indruk en sekse, opleidingsniveau of leeswijze is geen interactie-effect gevonden.

5. Conclusie

De vraag die centraal stond in dit onderzoek luidde:

In hoeverre heeft de onderwerpregel als structuurmarkering effect op de eerste indruk van de brief en op de waardering van de brief en de waardering van het imago van de zender van de brief na het lezen? En in hoeverre heeft de eerste indruk effect op de waardering van de brief en de waardering van het imago van de zender van de brief na het lezen?

Er bleek geen effect te zijn van de onderwerpregel op de eerste indruk van de brief. Ondanks de verwachting dat de onderwerpregel bij zou dragen aan een positieve eerste indruk wat betreft structuur en inhoud bleek dit toch onjuist. Hieruit bleek dus dat de resultaten uit dit onderzoek sterk overeenkomen met de resultaten uit het onderzoek van Le Pair et al (2006). Zij hebben aangegeven dat de losse onderdelen van de IMAP-methode individueel geen resultaat opleveren, hetgeen hier ook het geval is.

Op de tekstwaardering bleek de onderwerpregel wel effect te hebben wat betreft de aantrekkelijkheid en de begrijpelijkheid van de brief. Dit komt overeen met de verwachting dat structuurmarkeringen bijdragen aan de waardering van een tekst (Pander Maat & van der Ploeg, 2006). Ook bleek hier sprake te zijn van een interactie-effect want mensen die een tekst minder grondig lezen vinden de brief aantrekkelijker en begrijpelijker wanneer er een specifieke onderwerpregel in staat.

De waardering van de structuur, de globale waardering en de waardering van het imago van de lezer bleken niet beïnvloedbaar door de onderwerpregel. Hier bleek onze verwachting onjuist en de resultaten komen dus meer overeen met de resultaten uit het onderzoek naar de invloed van titels (Wijlen en Hoeken, 1995). Er kan dus gesteld worden dat een onderwerpregel wel invloed heeft op bepaalde aspecten van tekstwaardering, maar niet op alle.

Deze vraag over het effect van een eerste indruk op de waardering van de brief na het lezen kan positief beantwoord worden. Wat betreft de waardering van de aantrekkelijkheid, duidelijkheid en structuur vond er een interactie-effect plaats tussen de leeswijze en de eerste indruk. Mensen die een positieve eerste indruk van een brief hebben waarderen de brief na het lezen ook hoger. Hierbij is er geen onderscheid tussen de grondige en de minder grondige lezer.

Wat betreft de globale waardering, dus het rapportcijfer, en de waardering van het imago van de zender scoorden de brieven die een positieve eerste indruk opwekte ook hoger op de waardering na het lezen. Hierbij was geen interactie-effect gevonden.

Concluderend kan gesteld worden dat een eerste indruk zeer belangrijk is voor de waardering van een brief na het lezen. Wel blijkt de onderwerpregel op zich bij de eerste indruk niet veel invloed te hebben. Na het lezen heeft de onderwerpregel wel effect, maar alleen op de aantrekkelijkheid en de begrijpelijkheid van de brief. Daarnaast blijkt de eerste indruk op alle onderdelen van tekstwaardering effect te hebben. Een specifieke onderwerpregel blijkt dus niet cruciaal te zijn, een goede eerste indruk wel.

6. Discussie

De resultaten in dit onderzoek wat betreft de onderwerpregel zijn generaliseerbaar voor brieven van overheidsinstanties. De groep proefpersonen in dit onderzoek was namelijk wat betreft leeftijd zeer divers. Daarnaast deden er ongeveer evenveel mannen als vrouwen mee aan het onderzoek en was de leeswijze die de proefpersonen hanteerde ook goed te verdelen in grondig en minder grondig. Wat betreft het opleidingsniveau is wel aanvullend onderzoek nodig aangezien het overgrote deel van de proefpersonen een HBO of WO opleiding hebben gevolgd en dus hoger opgeleid zijn.

Daarnaast is het belangrijk om verder onderzoek te doen naar kenmerken van brieven die de lezer gelijk opvallen. Wat betreft de onderwerpregel zijn de uitspraken generaliseerbaar, maar voor de optimalisatie van de eerste indruk zouden andere aspecten bekeken moeten worden. Toch bleek de onderwerpregel een bijdrage te leveren, alleen niet aan de eerste indruk.

Voor de waardering na het lezen van een brief is een onderwerpregel wel van belang. De aantrekkelijkheid en de begrijpelijkheid van een brief worden verhoogd wanneer er een specifieke onderwerpregel in de brief staat. Hierbij speelde leeswijze ook een rol, namelijk dat de minder grondige lezer een specifieke onderwerpregel meer waardeert dan een grondige lezer. Ook dit resultaat bleek generaliseerbaar doordat de groepen met en zonder specifieke onderwerpregel en de groepen wat betreft de leeswijze zo goed als gelijk waren.

Tot slot de eerste indruk. Uit het onderzoek bleek dat de eerste indruk op alle fronten een significant effect heeft op de waardering na het lezen van de brief. Om een brief welwillend te laten ontvangen moet de eerste indruk dus in orde zijn. Dat een positieve eerste indruk zorgt voor een positieve waardering is bewezen, maar welke kenmerken van een brief bijdragen aan een goede eerste indruk is nog onbekend. Er is dus vervolgonderzoek nodig naar wat een goed eerste indruk maakt als het om brieven gaat.

Bibliografie

Beex, N., Doeve, R. & Tiggeler, E. (2001). *De magische mediamix: e-mail brieven faxen*. 's-Gravenhage: Sdu Uitgevers.

Jong, J. de (2002). *Zakelijk corresponderen: handboek voor de professionele brieven-schrijver*. Groningen: Nijhoff.

Le Pair, R., Jansen C., Korzilius H., Gerdingen, J. van, Graaf, S. de & Visser R. (2006). Information Mapping: effecten van tekstkenmerken en lezerskenmerken op prestaties en waardering. In H. Hoeken, B. Hendriks, P.J. Schellens, *Studies in Taalbeheersing 2*. Assen: Van Gorcum, p. 250-262.

Onbekend (2011, 4 februari). 6500 brieven aan mevrouw Jansen. *nu.nl*. geraadpleegd op 2 april 2012, van <http://www.nu.nl/opmerkelijk/2439062/6500-brieven-mevrouw-jansen.html>.

Pool, E. & van der Brand, E (2008). 'Graag in leesbaar Nederlands'. Hogeschool Arnhem & Nijmegen.

Pander Maat, H. & , Ploeg, I. van der (2006). Het effect van structuurmarkering in teksten en kennischema's. *Tijdschrift voor Taalbeheersing*, vol. 28, nr. 2, p. 125-141.

Renkema, J., Waele, C.E.A. de, Kolen, B.M (2008). De huisstijlwijzer: onbemind want onbekend? Een kwantitatief gebruiksonderzoek naar het taalgedeelte van de digitale Huisstijlwijzer. Universiteit Tilburg.

Renkema, J (2001). Undercover research into text quality as a tool for communication management. In D. Jansen en R. Neutelings , *Reading and writing public documents: problems, solutions and characteristics*, p. 37-58.

Wijnen, W., & Hoeken, H. (1995). Nieuwsgierigheid en interesse: de invloed van titel en tekststructuur op aandacht en waardering van verstrooide teksten. *Massacommunicatie*, vol. 23, p. 223-239.